



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**Uso de las tecnologías de información y comunicación y su
efecto en la rentabilidad de una MYPE de calzado trujillano**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORA:

Cortijo Avalos, Jossy Aracely (ORCID: 0000-0003-2098-0571)

ASESORES:

Mg. Soto Abanto, Segundo Eloy (ORCID: 0000-0003-1004-5520)

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia (ORCID: 0000-0003-2721-2698)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

TRUJILLO – PERÚ

2020

Dedicatoria

A Dios por ser la fuerza interior que día a día me permite llegar a cumplir mis metas y objetivos.

A mis padres por haber hecho de mí una persona de bien con valores éticos y morales.

A todos los que participaron con el proceso de mi formación académica.

Agradecimiento

A mis padres que con su gran esfuerzo y dedicación hicieron de mí una persona íntegra, llena de principios y valores, permitiéndome cumplir cada meta y objetivo trazado.

A mi hermano por ser un apoyo emocional que me impulsa a seguir adelante pese a las adversidades de la vida.

A mi alma mater la Universidad César Vallejo y a sus excelentes docentes que con su apoyo y entrega logran que los profesionales egresados sean los mejores día a día.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Variables y operacionalización	10
3.3. Población y Muestra.....	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	11
3.5. Procedimientos	12
3.6. Método de análisis de datos	13
3.7. Aspectos éticos	13
IV. RESULTADOS.....	14
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES.....	29
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS	31
ANEXOS.....	38

Índice de tablas

Tabla 1. Distribución de las técnicas e instrumentos de recopilación de datos de la MYPE de calzado trujillano	11
Tabla 2. Lista de expertos	12
Tabla 3. Tecnologías de información y comunicación con las que cuenta la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.....	14
Tabla 4. Rentabilidad de la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.....	17
Tabla 5. Entrevista a Gerente y Administrativo de la MPE de calzado trujillano ...	19
Tabla 6. Efecto de la Usabilidad de las TIC's en la rentabilidad de la MYPE de calzado trujillano, periodos 2016-2019	22
Tabla 7. Ventas Netas anuales periodo 2016-2019 de la MYPE de calzado trujillano	55
Tabla 8. Ventas netas a clientes regulares de la MYPE de calzado trujillano	57
Tabla 9. Ventas virtuales mediante redes sociales de la MYPE de calzado trujillano	58
Tabla 10. Venta neta obtenida mediante aparatos electrónicos	59
Tabla 11. Lugares a los que se ha llegado a vender durante el periodo 2016-2019	60
Tabla 12. Resultado de promoción a través de publicidad pagada por redes sociales.....	61
Tabla 13. Rentabilidad de la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.....	62

Índice de figuras

Figura 1 Variación de ventas netas anuales periodo 2016-2019 de la MYPE de calzado trujillano	18
---	----

Resumen

El presente trabajo de investigación, tiene por objetivo ver el efecto del uso de las tecnologías de información y comunicación en la rentabilidad de una MYPE de calzado Trujillano, pues se ha visto que empresas que han optado por implementar tecnologías dentro de su modelo de negocio han obtenido buenos resultados económicos. Esta investigación es de tipo aplicada de diseño no experimental, de corte transversal y de alcance descriptivo, con una población de estudio la MYPE de calzado Trujillano y con una muestra de los cuatro periodos evaluados, año 2016 – 2019. Como técnicas de recolección de datos se hizo uso de entrevista y análisis documental, con lo cual se obtuvo como resultado que el uso de las tecnologías de información y comunicación tiene un efecto positivo en la MYPE de calzado Trujillano llegando a aumentar sus ratios de rentabilidad progresivamente obteniéndose para el año 2019; año en el que tomó más fuerza esta implementación, 18.33% de rentabilidad económica, 24,26 % rentabilidad financiera y 9.96 % de rentabilidad por ventas. Como conclusión se obtuvo que el uso de las TIC's ayuda a incrementar las ventas, a abarcar un mayor segmento de mercado y resultado de ello se obtiene una mejor rentabilidad.

Palabras clave: Tecnología de la información, ganancia, comercio electrónico, pequeña empresa.

Abstract

The present research work aims to see the effect of the use of information and communication technologies on the profitability of a Trujillano footwear MYPE, since it has been seen that companies that have chosen to implement technologies within their business model have obtained good economic results. This research is of an applied type of non-experimental design, cross-sectional and descriptive in scope, with a study population of the Trujillano footwear MYPE and with a sample of the four evaluated periods, year 2016 - 2019. As data collection techniques, interviews and documentary analysis were used, with which it was obtained as a result that the use of information and communication technologies has a positive effect on the Trujillano footwear MYPE, increasing their profitability ratios progressively being obtained for the year 2019; year in which this implementation took more force, 18.33% economic profitability, 24.26% financial profitability and 9.96% profitability from sales. As a conclusion, it was obtained that the use of ICTs helps to increase sales, to cover a larger market segment, and as a result, better profitability is obtained.

Keywords: Information technology, profits, electronic commerce, small enterprises

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las tecnologías nos sirven como un gran apoyo para procesar, producir, administrar y expandir un negocio sin fronteras, son un gran aliado no solo en el campo laboral sino también influyen directamente en la economía de un país, ayudando y mejorando la producción para poder cubrir más mercado competitivo, llegando en tiempo real y oportuno y de esa manera lograr una mayor rentabilidad del proceso económico (Vinueza & Simbaña, 2017).

A nivel internacional el uso de estas tecnologías se han convertido en una herramienta importante para que las empresas puedan mantenerse a flote frente a su competencia y poder de esa manera facilitar también el desarrollo de sus actividades haciéndolas de manera más rápida y oportuna, esto implica que dicha economía sea el principal motor del siglo XXI pues esta se ha convertido en un producto indispensable para desarrollar alguna actividad económica y obtener un mejor rendimiento (May et al., 2018).

En el Perú en el 92,0 % de los hogares del país existe al menos un miembro de la familia que usa un aparato tecnológico (INEI, 2019), ello nos acerca inconscientemente a los mercados digitales y por ende si todos los empresarios peruanos estuvieran actualizados tecnológicamente sería una opción estratégica para acercarse a los potenciales compradores y de esa manera vender más volúmenes de productos, obtendrían mejores resultados económicos que impactarían en su rentabilidad. Estas tecnologías mejoran resultados de las empresas, indicando que tienen un impacto real en el rendimiento empresarial (Mesároš, 2017).

Los canales virtuales brindan a los empresarios la gran oportunidad de incrementar sus ventas en más de un 30 % y por ende su rentabilidad también se vería incrementada, ya que estos canales permiten llegar a otros puntos geográficos más lejanos (Andina, 2019). Las MYPES son las que ocupan la mayor parte del flujo económico en el Perú (Ministerio de Producción, 2017), las cuales aportan considerablemente a las industrias y empleos, no obstante, existe un factor fundamental para que se puedan mantener dentro del mercado y generar rentabilidad; lo cual es la adecuación de las TIC'S dentro de su modelo de negocio (Slusarczyk, 2017).

En la ciudad de Trujillo, específicamente en el distrito El Porvenir hay muchas

empresas del sector calzado el cual es uno de los sectores con mayor importancia industrial (Benites et al., 2020) que han optado por implementar en sus negocios las TIC's siendo un aliado estratégico para muchos ya que estos empresarios indicaron que el nivel de ventas ha aumentado después de haber incorporado algún modelo de tecnología, pero muchas veces éstos no le toman la debida importancia pudiendo desencadenar problemas para afrontar cambios en el mercado competitivo, pérdida de participación en el mercado, reduciendo las ventas y posteriormente reducción de rentabilidad (Cholán & Cano, 2016).

La empresa en estudio es una empresa dedicada a la producción de calzado cuyas operaciones comerciales principales se realizan en la provincia de Trujillo, esta empresa perdió posicionamiento en el mercado y se encontró pasando por un proceso de estancamiento en cuanto a su rentabilidad, la empresa desarrollaba sus actividades de manera convencional, brindando servicio tradicional a sus clientes regulares.

Las siguientes causas que generan problema en la empresa se vinculan a poca rentabilidad, falta de iniciativa en inversión tecnológica ya que la inversión en TIC's debe ir de la mano con otros determinantes de la productividad (Skorupinska & Sellens, 2017). Asimismo, esta inversión serviría para dar a conocer su producto y de esa manera poder expandir su mercado, hacer sus procesos más rápidos y eficaces para poder cumplir con la demanda y lograr mayores ventas y mejores resultados económicos.

De mantenerse ese problema la empresa se vería afectada económicamente no permitiéndoles llegar a sus metas financieras y económicas, posteriormente seguir ocasionando una disminución de ventas, pérdida de rentabilidad y pérdida de participación en el mercado pues éste va evolucionando tecnológicamente a pasos agigantados y si no se mantiene a la vanguardia, la empresa podría quedar relegada.

Dado lo señalado y considerando que la rentabilidad es definida como la capacidad de obtener ingresos a un valor superior del costo de inversión (Sulieman, 2015) y el uso de las TIC's nos permiten agenciamos de soportes y ayuda para realizar procesos de manera más rápida y diversificada mejorando la productividad (Villacrez, 2016), cubriendo mayor mercado competitivo, logrando así mayores ventas y a la vez considerando que la adopción de estas es bien recibida por las

empresas (Giotopoulos et al., 2017) se estudiará el efecto que tiene el uso de las TIC's sobre la rentabilidad ya que otras empresas que también han aplicado las TIC's han incrementado su rentabilidad gracias a una mayor productividad y eficiencia por el uso de éstas (Buenrostro & Hernández, 2019), logrando tener además grandes implicancias en la capacidad comercial de la empresa (Setiowati et al., 2015).

De acuerdo a la información obtenida en las diversas investigaciones se optó por formular el siguiente problema general: ¿Qué efecto tiene el uso de las TIC's en la rentabilidad de una MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019? Y de forma específica ¿Cuáles son las TIC's con las que cuenta la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019? ¿cómo fue la rentabilidad en la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019?

Esta investigación tiene su justificación e importancia de acuerdo a los criterios planteados por Hernández y Mendoza (2018), por *conveniencia* ya que la investigación realizada va a ser útil para las organizaciones, permitiéndoles saber y reconocer que tan importante sería implementar TIC's en una MYPE y para las que ya las tienen implementadas va a ser una buena forma de ver por qué deben darle mayor importancia. También se justifica el estudio por un criterio de *relevancia social* porque a través de esta investigación vamos a demostrar que las aplicaciones de las TIC's van a permitir a la empresa tener una mejor organización y ofrecer un mejor servicio, así como expandir sus fronteras creando una marca reconocida, lo cual le va a permitir tener un mejor posicionamiento, aumentando su productividad y generando más ingresos.

Se formuló el siguiente objetivo general; determinar el efecto del uso de las TIC's en la rentabilidad de una MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019, asimismo de manera específica se han planteado como objetivos específicos: Identificar las TIC's con las que cuenta la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019, evaluar la rentabilidad de la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.

De acuerdo a la información obtenida en investigaciones y en diversas fuentes bibliográficas se planteó como hipótesis general de la investigación que el uso de las TIC's tiene un efecto positivo sobre la rentabilidad de una MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.

II. MARCO TEÓRICO

Para profundizar acerca de las variables de estudio se ha investigado en diversas fuentes como artículos, libros y revistas científicas. En la nueva era de la economía los estudios relacionados a las variables de investigación se orientaron a que cada vez las TIC's son más utilizadas ya que forman un pilar estratégico para la consolidación en el mercado, permitiéndoles también obtener mejores beneficios económicos y financieros relacionada a la rentabilidad empresarial, así como también la reducción de costos de producción (Suarez et al., 2019). De igual forma se debe ir analizando la rentabilidad después de implementar nuevos procesos de negocios o mejorando los ya existentes (Sandoval, 2015).

Se encontró en una investigación que se analizó a 903 Pymes de la región de Murcia y también a 412 Pymes de una región de México, para ver la relación existente entre las TIC en los procesos de GC, en la innovación y en la rentabilidad de lo cual se obtuvo como uno de los resultados que trabajar de la mano tanto con TIC como con innovación en una empresa, influye significativamente en su rentabilidad y que está deberá seguir fortaleciendo la infraestructura tecnológica para mantenerse dentro del mercado competitivo (Valdez, 2017).

En otra investigación se analizó a los subsectores manufactureros de Baja California para ver el efecto de la adopción de las tecnologías de información y comunicación, el objetivo de este estudio fue ver que tanto influyen las tecnologías en sus resultados, para ello se analizó seis dimensiones calculándose la correlación entre el grado de adopción de dichas tecnologías y los resultados económicos, concluyendo que la implementación de dichas tecnologías influye positivamente en los resultados de una empresa, sin embargo los empresarios no están dispuestos a invertir en ellas ya que no ven beneficios a corto plazo (González et al., 2017).

En otra fuente se encontró un estudio que busca ver la relación entre la importancia de las redes sociales en la rentabilidad y notoriedad de una empresa. Luego de haber estudiado a la población, en este caso los gerentes de cada empresa y a los consumidores, en su mayoría conformada por jóvenes de la generación "Y". Se obtuvo como resultado que la utilización de los medios digitales como objeto de expansión aumentaría la rentabilidad en un 41 %, pues ésta tiene un impacto directo en el renombre y rentabilidad de una organización (Hallil, 2017).

En un estudio realizado en la industria de la distribución en el cual se evaluó el efecto que tendría el comercio electrónico en el crecimiento y la rentabilidad de la mencionada industria. El objetivo del estudio fue examinar que tanto influye el comercio electrónico dentro de las empresas en el cual se obtuvo como resultado que mientras para un porcentaje de empresas el uso del comercio electrónico aumentaba su rentabilidad para otros solo aumentaba su crecimiento. En conclusión, la implementación del comercio electrónico tiene un impacto diferenciado en cada empresa (Chul-Woo, 2016).

Asimismo, se encontró en otra fuente que analizó que tan relacionado está el uso del comercio electrónico en la rentabilidad de las Pymes en la cual el objeto de estudio fue ver la relación entre estas dos variables. Se concluyó que hay una relación existente entre el uso del comercio electrónico y la rentabilidad de las pymes, sin embargo, este resultado observó que no son muchos los encargados de las empresas los que optan por estas tecnologías pero que se recomienda utilizarlas para tener una mejor rentabilidad empresarial (Gonzáles, 2015).

Se encontró una investigación realizada en Colombia en la cual se evaluó la influencia de TIC's en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, este trabajo fue de tipo correlacional con enfoque cuantitativo, el cual midió el grado de relación de las variables mencionadas, el objetivo fue comprobar que tanto influyen estas tecnologías dentro del rendimiento de la organización, para ello se evaluaron 1,201 MYPEs colombianas, dando como resultado que existe una influencia considerable positiva entre las tecnologías y el rendimiento empresarial (Gálvez et al., 2014).

En una investigación realizada en Lima, se analizó de qué manera influía el marketing digital sobre la rentabilidad de las MYPES del sector fabricación y comercialización de muebles en donde se estudiaron a 248 MYPES de Lima Norte se utilizó análisis descriptivo y análisis inferencial, en el cual se concluyó que hay una relación positiva de 0.918, esto quiere decir que el marketing digital se relaciona con la rentabilidad de las empresas de forma significativa (Herrera, 2017).

En el contexto local se indagó sobre el comercio electrónico y su relación con el nivel de ventas de las Pymes productoras de calzado, de la Provincia de Trujillo, el tipo de investigación no experimental con diseño descriptivo correlacional. Las técnicas e instrumentos utilizados fueron: encuesta y análisis

documental, La muestra estuvo conformada por 78 productoras. Se tuvo las siguientes conclusiones: el sistema de ventas de la empresa no es rentable debido a que los empresarios no tienen mucho conocimiento en el uso de herramientas de eCommerce para poder actualizarse. Finalmente, se ha podido determinar que el comercio electrónico incide significativamente en el nivel de ventas de las PYMEs pero no hay apoyo del estado para fomentar este sistema de negocio (Mucha, 2018).

En otra investigaron sobre tecnologías de información y comunicación y su incidencia en la competitividad de las MYPEs de calzado del distrito El Porvenir, el tipo de investigación no experimental con diseño descriptivo transeccional con alcance correlacional. La técnica e instrumento utilizados fueron: análisis documental y cuestionario. La muestra estuvo conformada por 116 micro y pequeñas empresas. Se tuvo las siguientes conclusiones: el 58% de las micros usan internet, de estas el 19% usa teléfono fijo, el 24% utiliza celular y el 27% usa laptop o computadora, por último, el 25% de los encuestados manifestó que las TIC's les facilita el almacenamiento y procesamiento de información contable y también permite ser más eficientes en los procesos productivos, además, el 69% y 72% del total de encuestados manifestó que después de implementar las TIC's han visto un incremento en su producción y en sus ventas, respectivamente (Cholan & Cano, 2016).

De igual modo como los antecedentes, hay conocedores que hablan del tema y han definido las variables de la siguiente manera; el uso de las tecnologías de información y comunicación nos van a permitir tener un mejor manejo de la producción y la comunicación mediante el uso de software y hardware (Sotelo, 2017). Las TIC's son la recopilación de hardware, software, teléfonos redes y la usabilidad de estas nos van a permitir desarrollar una actividad de manera adecuada (Ahmed, 2017). El uso de las TIC's facilita los procesos de innovación de las organizaciones, lo cual permite que realicen nuevos procesos con diseños que genere bajo costo en la fabricación de productos o prestación de servicios, además la inversión y costo de mantenimiento de las TIC's genera beneficios como expansión a nuevos mercados, entre otros beneficios intangibles. Refiere al uso de instrumentos tecnológicos tangibles e intangibles, que permiten mejorar y aumentar la productividad y competitividad, permitiendo la reducción de costos e

incrementando la rentabilidad de las empresas. Éstas tienen un impacto positivo en las empresas que lo implementan (Valdez et al., 2017). El uso de las TIC's es de gran ayuda pues reducen el costo de sus procesos comerciales y disminuyen el costo de sus operaciones (Taylor, 2015).

Pues bien, al hablar del uso de las TIC's estamos hablando de una herramienta fundamental para el desarrollo de cualquier tipo de actividad y más aún si estas actividades tienen como factor principal obtener algún tipo de beneficio económico, ya que estas tecnologías van a permitir llegar a cumplir objetivos y metas en el momento oportuno y bajo las mejores condiciones (Cano & Baena, 2018).

Entre las dimensiones del uso de TIC's tenemos: *Herramienta tecnológica*, Es una opción fundamental para lograr facilitar el desarrollo de las actividades de la empresa permitiéndonos de esa manera aplicar los recursos de forma más eficiente y eficaz (Ruiz, 2015); *herramienta de información*, son las que cubren las necesidades de una empresa para así hacerlas más competitivas frente a otras y poder sobresalir en el campo empresarial (Mora, 2017) y *herramienta de comunicación*, Juegan un papel importante dentro de una organización pues complementan el desarrollo de las actividades económicas ayudando en la planificación, coordinación ampliación del negocio mediante el uso de diversas aplicaciones informáticas (García, 2017). Entre otra propuesta de dimensiones tenemos: *Equipamiento e infraestructura de conexión*, es todo lo relacionado a la adquisición de ordenadores, servicios de red, así también a líneas telefónicas, instalaciones de cables, antenas satelitales para llevar a cabo una determinada actividad económica; *oportunidad de acceso y usos de internet*, es toda información de la cual se hará uso para acceder e interactuar con recursos digitales que permiten una mejor comunicación para el desarrollo de las actividades; *capacitación y seguridad informática*, es lo relacionado al uso correcto de las nuevas tecnologías para que se eviten posibles pérdidas económicas (Sotelo, 2017).

De igual manera tenemos otra variable la cual es la rentabilidad, esta es definida como el índice que mide la conexión entre la utilidad obtenida y la inversión realizada para obtener de regreso los recursos que se usaron para obtenerlas (Cortez, 2018), esta se analiza con los resultados del balance de la empresa

mediante ratios financieros (Herciu & Ogorean, 2017). La rentabilidad es el saldo positivo entre los ingresos y gastos la cual es muy importante para la gestión de una empresa, asimismo todas las decisiones de una empresa se toman en base a un objetivo el cual es la rentabilidad. (Contreras & Diaz, 2015). De la misma manera la rentabilidad es definida como la capacidad de obtener ingresos a un valor superior del costo de inversión, esta a su vez es medida por la relación que existe entre la ganancia y las ventas (Suliman, 2015). Entre otra definición de la rentabilidad tenemos que es la que mide la capacidad de una empresa de generar ingresos y así controlar los costos y gastos para medir el retorno sobre la inversión (Gizaw et al., 2015). La rentabilidad es muy importante para una empresa ya que todas buscan conseguirla a medio o largo plazo y obtenerla en mayor medida (Eslava, 2016). Estas definiciones nos van a permitir entender cómo es que la variable en este caso rentabilidad juega un papel muy importante dentro de la organización ya que a través de ella vamos a poder evaluar si la aplicación de diversas estrategias o medios para desarrollar las actividades están funcionando o no de tal manera que se obtenga el más alto grado de rentabilidad.

Cabe resaltar que la rentabilidad va de la mano con la implementación de la tecnología para hacer los productos y servicios de mejor calidad (Rajapathirana, 2018) y la implementación temprana de las TI es fundamental para un buen desarrollo el cual se verá reflejado en la rentabilidad (Benitez, 2018).

Entre las dimensiones de la rentabilidad tenemos: *Rentabilidad económica*, es la que se obtiene de comparar los resultados obtenidos luego del desarrollo de las actividades de la empresa y con la inversión empleada en ella en un periodo determinado. Este indicador es de igual forma conocido por sus abreviaturas en inglés como ROA que indican Return On Assets; *rentabilidad financiera*, ésta también es conocida como ROE por sus siglas en inglés Return On Equity. La rentabilidad financiera es la capacidad en la que los inversores logran maximizar su potencial en sus negocios frente a terceros, en consecuencia, su objetivo es lograr la mayor utilidad de sus fondos y *rentabilidad por ventas*, es la que mide la relación directa entre el importe de las ventas y el nivel de costo utilizado para su elaboración (Mancheg, 2014). De la misma manera existen otros autores que dimensionan la rentabilidad de la siguiente manera; *ROE*, éste es un indicador que mide la capacidad de generar ingresos del total de los diversos activos de la

empresa; *ROA* éste es un tipo de indicador que nos muestra la capacidad del capital invertido por los accionistas (Oliveros et al., 2014). La rentabilidad económica es la capacidad de la organización para crear beneficios, ser provechoso y generar excedente durante un ciclo. Considerado como el motor de la organización y se mide por el rendimiento de sus activos o rentabilidad económica (Nogueira et al., 2017).

Existe una relación positiva entre el uso de las tecnologías de información y comunicación con el nivel de competitividad de las pymes es por ello que éstas deben ir vinculadas para lograr un mayor nivel competitivo (Gálvez et al., 2014) y crear grandes desafíos que les permitan llenar las expectativas de grandes proyectos (Redwood et al., 2017). De igual manera otro autor coincide en que las TIC's influyen de manera positiva en la rentabilidad empresarial pues esta ayuda a realizar procesos sistematizados, rápidos y oportunos (Galo & Cano, 2018).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

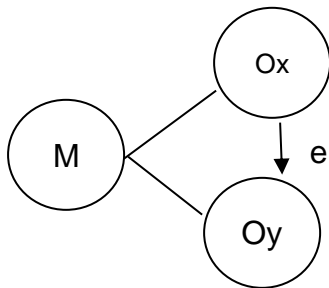
3.1.1. Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo aplicada, ya que se ve el por qué el uso de las TIC's es importante y de qué manera ésta ayuda a hacer los procesos económicos más rápidos y eficaces.

3.1.2. Diseño de investigación

El tipo de estudio de la presente investigación es de diseño no experimental, de corte transversal y de alcance descriptivo, pues se tuvo que evaluar la implementación de tecnologías de información y comunicación y la rentabilidad de una MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019, así como el efecto de la usabilidad de estas tecnologías en la rentabilidad.

La manera de representar este diseño es el siguiente:



Dónde:

M: MYPE de calzado Trujillano

Ox: Uso de las tecnologías de información y comunicación

Oy: Rentabilidad

e: Efecto

3.2. Variables y operacionalización

3.2.1. Uso de tecnologías de la Información y Comunicación (Variable independiente)

Refiere al uso de instrumentos tecnológicos tangibles e intangibles, que permiten mejorar y aumentar la productividad y competitividad, logrando la

reducción de costos e incrementando la rentabilidad de las empresas. Éstas tienen un impacto positivo en las empresas que lo implementan (Valdez et al., 2017).

3.2.2. Rentabilidad (Variable dependiente)

La rentabilidad es definida como la capacidad de obtener ingresos a un valor superior del costo de inversión, esta a su vez es medida por la relación que existe entre la ganancia y las ventas (Sulieman, 2015).

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población: La población de estudio se encuentra comprendida por la MYPE de calzado Trujillano.

3.3.2. Muestra: La MYPE de calzado trujillano, periodos 2016-2019.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Tabla 1

Distribución de las técnicas e instrumentos de recopilación de datos de la MYPE de calzado trujillano

Variable	Técnica	Instrumento	Participante
Uso de Las Tecnologías de Información y comunicación	Entrevista	Entrevista sobre el uso de las Tecnologías de información y comunicación	Personal Administrativo de la MYPE de calzado trujillano.
	Análisis documental	Ficha de Registro	Área contable de la MYPE de calzado trujillano
La rentabilidad	Análisis documental	Ficha de análisis documental sobre rentabilidad	Área contable de la MYPE de calzado trujillano

Validez

Para la presente investigación se consideró la validación de expertos para los diferentes instrumentos utilizados.

Tabla 2

Lista de expertos

Instrumento	Experto	Grado Académico
Guía de entrevista	García Zare Elmis Jonatan	Maestro
Ficha de registro	Oliva Lozano Elmer Walter	Maestro
Ficha de registro	Misericordia Meregildo Segundo Alberto	Maestro

3.5. Procedimientos

Esta investigación se llevó a cabo de la siguiente manera:

Por medio de investigaciones previas se identificaron elementos esenciales que se utilizaron como guía para la realización de la presente investigación, lo cual permitió establecer el marco teórico y los estudios previos. Para establecer la parte de la muestra se tomó en consideración los periodos 2016-1029 de la MYPE de calzado trujillano. Asimismo, se contactó con el gerente de la empresa para que de la autorización al personal y se explique en qué consiste el estudio con la finalidad que se comprometan a facilitar los datos necesarios para la investigación.

Sucesivamente se envió la entrevista al correo electrónico de cada partícipe del estudio, y se dio indicaciones previas del correcto llenado del instrumento, paralelamente a ello se contactó con el contador de la empresa para que nos facilite la información en cuanto a estados financieros y documentos relacionados a ello para poder realizar el análisis respectivo y poder obtener los indicadores de rentabilidad.

3.6. Método de análisis de datos

Como métodos de análisis de datos se tomó en cuenta la información obtenida y se procesó mediante la siguiente manera:

Análisis de la información financiera, periodos 2016-2019, luego se elaboró ratios financieras de rentabilidad, periodos 2016-2019, asimismo se procesó la información obtenida de las entrevistas de la variable uso de TIC's y se hizo un consolidado para luego evaluar junto con el resultado del análisis contable.

3.7. Aspectos éticos

En el presente estudio se reservaron los datos de los miembros de la empresa, así como la información financiera, teniendo en cuenta los componentes éticos como: la confidencia: tanto la información de la variable independiente como de la dependiente será usada solo para fines académicos, así como la conservación de los datos de los entrevistados y de los estados financieros que se analizarán. El consentimiento informativo; a los miembros entrevistados de la MYPE de calzado se les entregó el permiso de consentimiento para luego aplicar la entrevista y sea desarrollada libremente, de forma voluntaria. Libertad participativa; los miembros de la MYPE fueron motivados a participar en la entrevista, no existió coacción de parte del investigador.

IV. RESULTADOS

Tras la recolección de información mediante los diferentes instrumentos; entrevista y análisis documental se obtuvieron los siguientes resultados para responder los objetivos planteados.

Objetivo específico 1: Identificar las tecnologías de información y comunicación con las que cuenta la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.

Tabla 3

Tecnologías de información y comunicación con las que cuenta la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.

PE	C	Tipo de TIC	Usabilidad	Resultados
2016-2017	1	Celular	Utilizado para contactarse con proveedores, colaboradores y clientes de manera convencional.	Desarrollo de trabajo de manera regular a clientes convencionales, realizando ventas en el periodo 2016 por S/ 163,959.00 y 2017 S/ 523,577.00.
	1	Teléfono fijo	Utilizado para recepcionar pedidos o realizarlos, asimismo comunicarse con sus proveedores y clientes.	
2018	2	Smartphone	Utilizado para contactarse con proveedores, colaboradores, clientes y solicitar cotizaciones o brindarlas, según sea el caso.	Con la implementación paulatina de TIC's ayudó al incremento de las ventas de S/ 293,534.00 en el 2017; S/ 523,577.00 en el 2018 y S/ 751,200.00 en el 2019. Asimismo, permitió abarcar mayor segmento de mercado llegando a vender en el 2018 a Trujillo, Lima, Chimbote, Arequipa y Piura. De la misma forma se trabajó con nuevas campañas de marketing digital para el lanzamiento de nuevos modelos de calzado por cada temporada. Esto
	2	Computadora	Utilizada para realizar facturación electrónica, ventas por internet y físicas, publicidad digital y comercio electrónico, búsqueda de nuevas tendencias para la fabricación de nuevos calzados, elaboración de contratos y todos los trámites administrativos.	
	1	Internet	Herramienta utilizada para realizar todos los trabajos administrativos, contables y comerciales.	

2019	1	Conexiones e infraestructura	Adecuación del espacio laboral con conexiones correctas.	<p>permitió llegar a incrementar ventas adicionales para el 2018 en S/ 31,785.70 y para el 2019 ventas adicionales por S/ 152,295.80. Por otro lado también se empezó a trabajar con medio de pago electrónicos con lo cual se obtuvo como resultado el incremento de ventas adicionales por S/ 77, 843.67 en el 2018.</p>
	1	Correo corporativo	Utilizado para comunicarse con proveedores, clientes y solicitar cotizaciones.	
	1	Sistema de facturación	Utilizado para emitir los comprobantes de pago.	
	1	Redes sociales para negocios	Utilizado para publicitar los productos del negocio.	
	1	Software para seguridad de sistemas	Utilizado para proteger la información financiera como económica.	
	1	Medios de pago electrónicos	Utilizado para realizar cobros con tarjetas de crédito o débito.	<p>En este año 2019 se comenzó a trabajar con comercio electrónico de manera más fluida lo cual nos permitió poder cubrir más ventas, ya que se observó que la gran mayoría de personas hoy en día ocupan tarjetas de crédito o débito para realizar sus compras y el no tener este medio de pago reflejaba una oportunidad de ventas perdida; como resultado de la implementación se obtuvo ventas adicionales en el 2019 por S/ 197,615.94, con ello se cumpliría el objetivo planteado por la organización de cubrir la oportunidad de ventas, de igual forma el segmento de mercado creció y se empezó a vender a Chiclayo y cusco.</p>
	1	WhatsApp negocios	Utilizado para que se contacten tanto con nuevos clientes como con los clientes regulares.	

Nota: PE= Periodo Evaluado, C= Cantidad de TIC.

Interpretación:

En los años 2016 y 2017 se vino trabajando de manera convencional, sin tomar en cuenta la evolución de las economías, haciendo uso solo de teléfono fijo y celular para poder comunicarse tanto con sus colaboradores y clientes como con sus proveedores, esto les ayudo a poder realizar el proceso comercial de manera tradicional; a partir de julio del 2018 se empezó a implementar parte de las TIC's entre ellas Smartphone, computadoras, internet, conexiones e infraestructura, correo corporativo, sistemas de facturación, redes sociales para negocios y software para seguridad de sistemas, con las cuales se realizó un trabajo óptimo y eficiente permitiendo llegar a más público objetivo, obteniendo un incremento en las ventas y mejor imagen institucional, lo cual genera mayor seguridad y confianza de los nuevos clientes frente a la competencia, asimismo ampliación de mercado a través de medios virtuales, mejores oportunidades de innovación en cuanto a nuevos diseños, modelos de calzado acorde a las nuevas tendencias de la moda, lanzamientos de nuevas campañas para mostrar el calzado. En el 2019 se concretó la implementación, ya que se integró el uso más fluido de sistemas electrónicos para cobros y WhatsApp negocios logrando así consolidar esta nueva estrategia de trabajo para lograr mayor rentabilidad y proyectar una buena imagen y confianza para captar posibles nuevos clientes.

Objetivo específico 2: Evaluar la rentabilidad de la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.

Tabla 4

Rentabilidad de la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.

Periodos	Ratios Financieros			
	2019	2018	2017	2016
Rentabilidad económica	18.33%	13.52%	15.94%	8.30%
Rentabilidad financiera	24.26%	21.71%	16.23%	8.58%
Rentabilidad por ventas	9.96%	9.68%	10.11%	8.01%

Interpretación:

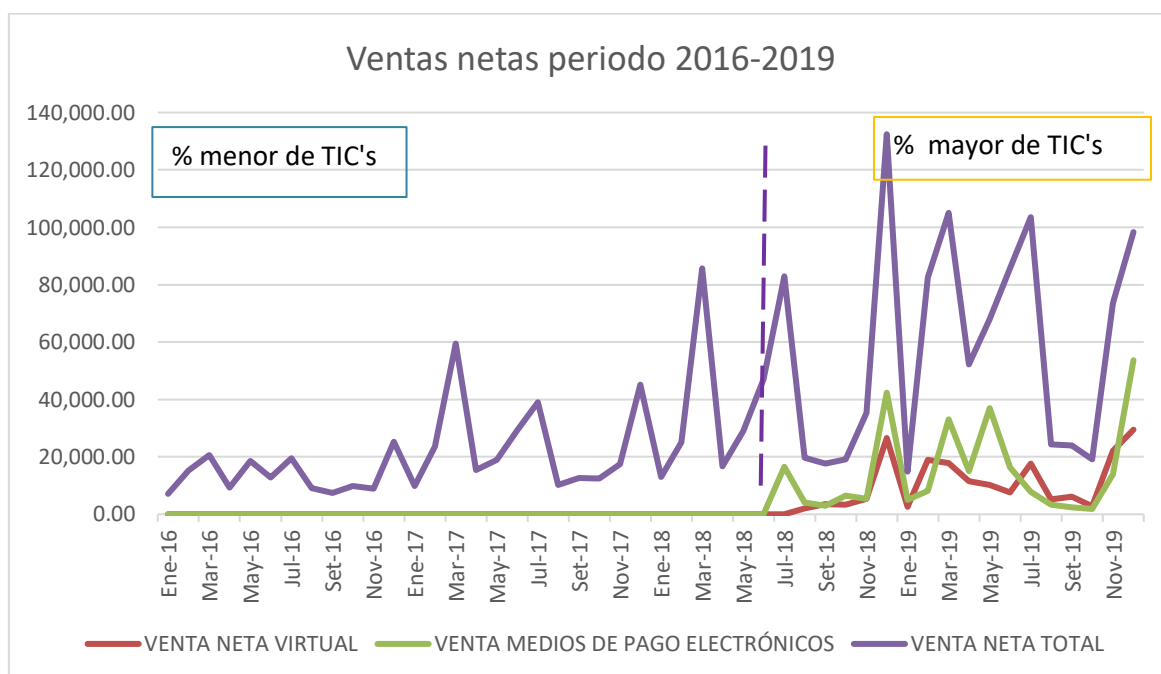
En la tabla se puede observar cómo es que se ha comportado la segunda variable de estudio la cual es la rentabilidad, en cuanto a la rentabilidad económica ha crecido del 2016 para el 2017 con un porcentaje de 7.64 %, sin embargo para el 2018 disminuyó en un 2.42%, debido a que se seguía trabajando con un modelo de negocio convencional; en ese mismo año se optó por adquirir e implementar TIC's en la MYPE, resultado de ello en el 2019 se obtuvo una rentabilidad económica mayor de 18.33 %; 4.81 % más que el periodo anterior y a comparación de los periodos anteriores.

En el caso de la rentabilidad financiera esta va en aumento, es decir los socios tuvieron un rendimiento sobre su inversión de 8.58% en el 2016, 16.23% en el 2017, 21.71% en el 2018 y 24.26% en el 2019, esto permitió ver cuánto es lo que se obtuvo como resultado de haber invertido los fondos propios de los accionistas, con ello se ve que en el periodo 2019 es en donde este ratio ha aumentado más ya que se utilizaron los recursos propios de una manera más eficiente, en ese mismo año es en donde se concretó la implementación de las TIC's para desarrollar un modelo de negocio estratégico y oportuno frente a las nuevas tendencias de las economías. La rentabilidad por ventas ha ido en aumento permitiendo a la empresa obtener mejores ganancias sobre las ventas realizadas, es así como en el periodo 2019 ha sido uno de los años con mejores resultados, ya que en ese año hubo un incremento considerable en las ventas, esto permitió cubrir un mercado más amplio logrando así un mejor flujo de ventas, resultado de ello; mejores ingresos.

Objetivo general: Determinar el efecto del uso de las tecnologías de información y comunicación en la rentabilidad de una MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.

Figura 1

Variación de ventas netas anuales periodo 2016-2019 de la MYPE de calzado trujillano.



Interpretación:

Como se aprecia en la figura 1 en los años 2016 y 2017, no se invertía en tecnologías de información y comunicación ya que no se tomaba la debida importancia; trabajando así con un modelo de negocio convencional; en esos mismos periodos se obtuvo una rentabilidad económica de 8.30 % y 15.94 % respectivamente, lo cual hizo que se replantee nuevas estrategias de negocio, implementándose así en el julio del 2018 con mayor fuerza las TIC's, como son Smartphone, computadoras, internet, conexiones e infraestructura, correo corporativo, sistemas de facturación, redes sociales para negocios y software de sistemas, permitiendo ese año ir adecuándose a las nuevas formas de trabajo y logrando el incremento de las ventas, resultado de la buena usabilidad de las TIC's.

Posteriormente a ello en el año 2019 se siguió implementando y concretando la estrategia de negocio con la ayuda de sistemas de comercio electrónico y WhatsApp negocios, lo que les permitió consolidarse con sus procesos comerciales, esto dio como resultado que en el año 2019 se obtenga un mejor ratio de rentabilidad, con ello queda en evidencia que la implementación junto a la usabilidad de las TIC's influyen positivamente en los resultados de la MYPE en estudio.

Según la entrevista realizada al Gerente General y Administrador de la MYPE de calzado trujillano, quienes son los que manipulan las TIC's directamente se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 5

Entrevista a Gerente y Administrativo de la MYPE de calzado trujillano.

Indicador	Comentario
Equipos tecnológicos	Los entrevistados indicaron que durante las actividades diarias utilizan constantemente las TIC's para ahorrar tiempo y dinero.
Infraestructura de conexión	Los participantes de la entrevista señalaron que las infraestructuras instaladas evitan retrasos en el proceso de venta, manteniendo de esa manera los procesos estables, logrando una mayor eficiencia.
Marketing digital	Los entrevistados indican que el marketing digital es una herramienta importante y se tomó la decisión de implantarla pues les ha servido para vender en otros lugares y no solo en los convencionales, es así como es que han obtenido más ventas de las esperadas y han podido llegar a más público objetivo en el corto plazo, de la misma manera que ha aumentado sus ventas su rentabilidad ha incrementado.

	<p>Los entrevistados señalan que el tener participación en el mercado digital es una estrategia muy importante ya que les permiten llegar a mercados que no pensaron llegar a corto plazo y además gracias a ello han realizado más ventas.</p>
Comercio electrónico	<p>El uso del comercio electrónico ha mejorado el proceso de las ventas ya que se realiza de manera más fluida y rápida, asimismo ha permitido que clientes que hayan quedado satisfechos con la compra recomienden a otros.</p> <p>Indican que usan el correo electrónico para realizar y solicitar cotizaciones, asimismo para formalizar los procesos de ventas y crear una imagen más formal de la empresa proyectando así confianza en la marca.</p> <p>Se considera que el uso del comercio electrónico es una herramienta importante que utilizan continuamente y les permite ahorrar tiempo y dinero ya que el proceso se hace virtualmente sin un gasto adicional.</p>
Seguridad informática.	<p>Los participantes de la entrevista comentaron que se implementó seguridad digital de tal manera que se pueda obtener la información histórica en tiempo real y a salvo, asimismo indican que no es muy costosa considerando los beneficios obtenidos de esta.</p> <p>Comentan que la consideran muy importante ya que tener la información segura y almacenada para poder utilizarla en cualquier momento o consultar cómo va la empresa y si fuese necesario elaborar nuevas formas de trabajo en base a la información histórica es un punto clave para obtener mejor rendimiento.</p>

Los entrevistados argumentan que la implementación de mecanismos de pago da una mejor imagen a la empresa, así también permiten realizar la transacción comercial de manera más rápida captando la oportunidad de venta.

Interpretación:

En la entrevista al Gerente y administrador de la MYPE en estudio dio como resultado que las TIC's se vinculan con los resultados de la empresa, ya que los mismos administrativos así lo perciben pues les ha facilitado el desarrollo de las actividades en general, por ende estas tecnologías formarían a ser parte de un núcleo informativo donde se almacena toda información económica y financiera y contable de la empresa, dependiendo todas las áreas de este mismo sistema ya que es un pilar estratégico de información y comunicación. Además, indicaron que visualizan las TIC's como una inversión en un activo estratégico que les permite resaltar frente a su competencia. Es así como las empresas compiten entre sí para lograr obtener un lugar dentro de la economía y poder ser las generadoras de grandes ingresos.

Tabla 6

Efecto de la Usabilidad de las TIC's en la rentabilidad de la MYPE de calzado trujillano, periodos 2016-2019.

Periodo evaluado	2019	2018	2017	2016
Uso de TIC's	En el 2019 se concretó el proyecto de implementación de TIC's adicionando el uso de comercio electrónico en el negocio, permitiendo generar mejores resultados y abarcar toda oportunidad de ventas que se presente.	A partir de julio del 2018, se empezó a usar TIC's con mayor fuerza las cuales son: Smartphone, computadoras, internet, buenas conexiones, correo corporativo, sistema de facturación, redes sociales para negocios y software para seguridad, todo ello con mayor fuerza.	En el año 2017, se vino utilizando el mismo método del año anterior, con lo cual se desarrollaban las actividades de manera regular y convencional, cumpliendo con los pedidos de los clientes habituales.	En el año 2016, sólo se contaba con un celular y un teléfono fijo los cuales les servían para poder comunicarse con sus proveedores y clientes de manera regular y convencional, cubriendo las ventas constantes mes a mes.
DUPONT	53%	36%	21%	9%

Interpretación

La tabla refleja cómo es que se ha ido usando las TIC's y cómo es que estas han ido favoreciendo el desempeño de las actividades comerciales y financieras para poder obtener una mejor rentabilidad. Es así como en el año 2016 se contaba solo con un celular y un teléfono como TIC's lo cual hacía que el desarrollo de la actividad empresarial se presente de manera tradicional y ambigua, resultado de ello es que se obtuvo como índice de rentabilidad un porcentaje de 9 %; en el año 2017 se siguió trabajando con el mismo método de venta y desarrollo de actividades, en ese año su índice Dupont fue de 21 %, la cual fue una rentabilidad buena frente al año anterior, para el 2018 se obtuvo 36%, debido a que se empezó a implementar las TIC's y así evitando trabajar con un modelo de negocio convencional evaluando y tomando en cuenta que todas las economías están evolucionando muy rápidamente y la manera de vender hoy, no se compara al sistema de ventas del ayer, cada día nace una nueva forma de vender un producto; en ese mismo año se optó por adquirir e implementar TIC's con mayor fuerza y usarlas de manera tal que generen un valor dentro de la organización y poder así mantenerse y sobresalir frente a la competencia; resultado de ello en el 2019 se obtuvo un índice de Dupont de 53 %, evidenciando que la estrategia de implementación va de la mano con la usabilidad de las TIC's pues estas fueron un pilar estratégico para sobresalir, aumentar sus ventas, abarcar más mercado y posteriormente generar una mejor rentabilidad para la MYPE de calzado trujillano.

Para contrastar lo antes mencionado se optó por aplicar una entrevista al Gerente y administrador de la MYPE en la cual afianzaron nuestra hipótesis de investigación aludiendo que la implementación y uso de las tecnologías de información y comunicación les han permitido realizar los procesos más fáciles, más rápido, más oportunamente y con ello ha contribuido en los resultados finales de la empresa, impactando de manera positiva en la rentabilidad.

V. DISCUSIÓN

Luego de haberse realizado diversas comparaciones, así como aplicado juicios críticos a los distintos resultados encontrados, se observó similitudes al vincular las variables, las cuales se plasmarán en las siguientes líneas considerando los objetivos planteados.

En la presente investigación se toma en consideración como primer objetivo específico el identificar las tecnologías de información y comunicación con las que cuenta la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019. El uso de las TIC's ha variado y evolucionado con el tiempo, estas ocupan un papel fundamental en el ámbito económico destacando y permitiendo el crecimiento continuo (Grande, et al., 2016). Asimismo, estas poseen el potencial de contribuir con el crecimiento económico pero la implementación de las mismas va a depender del tipo de empresa y de su economía (Taylor, 2015).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente investigación para el primer objetivo se obtuvo que el uso de TIC's permitió a la MYPE de calzado trujillano desarrollar sus actividades de manera óptima y eficiente llegando en un momento oportuno tanto a sus clientes, proveedores y con una buena comunicación con sus colaboradores, mejorando de esa manera su producción, aumentando sus ventas, y abarcando más segmento de mercado, ya que desde la implementación paulatina de las TIC las cuales han sido Smartphone, teléfono fijo, computadora, internet, conexiones e infraestructura, correo corporativo, sistema de facturación, redes sociales para negocios, software para seguridad de sistemas, medio de pago electrónicos, WhatsApp negocios, se ha visto una mejora periodo a periodo en la rentabilidad, llegando a ser mucho mayor que años anteriores.

Este resultado corrobora con lo encontrado en la investigación planteado por Cholan y Cano (2016) en donde se refleja que el uso de las TIC's les facilita el desarrollo de los procesos productivos, ya que se ha visto reflejado en un incremento tanto de la producción como de sus ventas. De igual forma Valdez (2017), en su investigación menciona que las TIC's intervienen significativamente en el desarrollo del conocimiento y en el crecimiento de los ingresos a través de las ventas, ya que éstas ayudan en el buen desempeño del capital humano permitiendo sobresalir sobre las demás empresas. Sin embargo González et al. (2017), en su

investigación evaluada a los subsectores de baja california encontró que si bien es cierto que la adopción de las TIC's ayuda a tener más acceso a información del mercado competitivo para de esa manera planear mejores estrategias competitivas que propicien mayores ingresos, pero esto no ha sido suficiente para que los empresarios le tomen la debida importancia pues no ven beneficios a corto plazo y esto hace que el adquirir TIC's no se vea como una inversión sino como un gasto.

De acuerdo a lo visto se puede decir que el uso de las TIC's tiene un efecto positivo dentro de una organización, ayudando a mejorar tanto su productividad como incrementando sus ventas para posteriormente obtener mejor rentabilidad, sin embargo muchas veces no se le da la debida importancia ya que no se ven beneficios a corto plazo pues es una implementación que se va dando progresivamente, se encontró estas coincidencias con la investigación de Cholan y Cano (2016) ya que el contexto de estudio fue relativamente el mismo puesto que se evaluó a empresas de calzado, si bien es cierto esta investigación solo evaluó una empresa en específico pero ello no quiere decir que se aleje mucho de la realidad que viven la gran mayoría de empresas productoras y comercializadoras de calzado de la ciudad de Trujillo, de igual forma con las otras dos investigaciones mencionados se ha coincidido en los resultados sin embargo cabe mencionar que al haberse realizado esta investigación en una sola empresa y en un momento dado tendrá mayor relevancia para la propia organización ya que muestran los hechos reales que se están dando dentro de la MYPE de calzado trujillano en estudio, esto no quiere decir que al haberse realizado el estudio en un solo ente no tendrá la debida importancia en investigación, por el contrario esta investigación servirá para dar a conocer como se está dando la implementación paulatina en la industria en estudio, en este caso la industria de calzado.

En cuanto al segundo objetivo específico se considera evaluar la rentabilidad de la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019. Al hablar de rentabilidad estamos hablando del saldo positivo entre ingresos y gastos, asimismo toda decisión financiera y de inversión tomada en una empresa se hacen en base a un objetivo el cual es la rentabilidad (Contreras & Diaz, 2015). De igual forma esta variable la cual es la rentabilidad es la capacidad de obtener ingresos mayores al costo de inversión, favoreciendo a la empresa en términos monetarios (Sulieman,

2015).

En la presente investigación se reporta que la rentabilidad de la MYPE en estudio es creciente, sin embargo, en el año 2018 disminuyó, debido a que se seguía trabajando con un modelo de negocio convencional; con lo cual se optó por implementar las TIC's, resultado de ello la rentabilidad mejoró en comparación a periodos anteriores, pues se llegó a obtener un mercado más amplio para poder realizar mayores ventas y obtener mejores ingresos. En el estudio realizado por Hallil (2017), en el cual se evaluó en su mayoría jóvenes de la generación "Y" obteniéndose como resultado que la utilización de medios digitales ayudaría al aumento de la rentabilidad ya que se utilizarían como métodos de expansión pudiendo llegar a más público objetivo. De igual forma Chul-woo (2016) en su investigación detalla que las empresas que adoptaron un modelo de negocio electrónico crecieron en un 0.299% en comparación de otros negocios que no los implementaron, asimismo la rentabilidad creció en un 0.04 %, con lo cual queda en evidencia que es muy favorable la implementación de estos modelos de negocios.

Por otro lado Gonzáles (2015) en su estudio menciona que las empresas que usan comercio electrónico en sus negocios han obtenido una mejor rentabilidad frente a otras que no las utilizan, este uso permite a las empresas tener mejores oportunidades frente a su competencia, también menciona que el uso de estos mecanismos es más conveniente en cuanto a costos ya que es menos costoso trabajar mediante la red que utilizando medios físicos, reduciendo muchas veces costos operacionales y obteniendo mayor rentabilidad. Herrera (2017) menciona en su estudio que el uso de marketing digital influye de forma significativa en la rentabilidad económica de las MYPES comercializadoras pues a pesar de que los dueños no cuentan con mucha tecnología consideran que estas les sirven para publicitar, hacerse más conocidos, ingresar a otros segmentos e incrementar sus ventas.

En las distintas investigaciones vistas así como es el caso de los resultados obtenidos de esta investigación llevada a cabo se puede decir sobre el análisis de rentabilidad que la implementación de TIC's va a influir y va a tener un impacto en la rentabilidad de la empresa, también se observa que las empresas siempre están buscando la mejora de sus procesos para obtener mayor rentabilidad, realizando

inversión en tecnologías con el único objetivo el de lograr mayores ingresos, se llegó a ver similitudes con nuestra investigación ya que se tomó en consideración los mismos tipos de empresa por el nivel de ingresos, llegándose a evaluar las MYPES, esto quiere decir que al tener coincidencia en ese aspecto el resultado de la investigación se acerca mucho más a lo preciso y corrobora lo ya investigado con las anteriores estudios presentados.

Finalmente, como objetivo general tenemos el determinar el efecto del uso de las tecnologías de información y comunicación en la rentabilidad de una MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019. Galo y Cano (2018) indican que el uso de TIC, es una herramienta indispensable si queremos obtener mejores ingresos y ser mucho más competitivos frente a otras empresas. De igual forma Suarez et al. (2019) Las TIC's permiten a la empresa que lo implementa tener una tendencia a hacer que los productos se conozcan de manera tal que esta les permita a los usuarios de las tecnologías abarcar más mercado, de igual forma la implementación de estas tecnologías no solo busca la obtención de nuevos ingresos sino la reducción de costos que impactarían en la rentabilidad.

En la investigación realizada se observó que el uso de las TIC's tienen un efecto positivo en la rentabilidad de la MYPE de calzado trujillano y eso se vio reflejado a través del incremento de las ventas partiendo del año 2016 en el cual se tuvo unas ventas por S/ 163,959.00 posteriormente en el año 2017 se obtuvo S/ 293,534.00 en ventas y desde el año 2018 en donde se tomo como uno de los objetivos estratégicos de la empresa usar más tecnología en el desarrollo de la actividad se obtuvo de ventas el importe de S/ 523,577, asimismo en el año 2019 tuvo mayor incidencia pues se obtuvo unas ventas de S/ 751,200.000, esto además de visualizarse en las ventas, también les permitió la ampliación del segmento del negocio por medio de la publicidad digital y comercio electrónico que les abrió las puertas a más público objetivo creando de esa manera nuevas oportunidades de ventas que impactarían en su rentabilidad pues la rentabilidad que se obtuvo durante estos años fue en incremento de la mano con la implementación de estas tecnologías pues en el año 2016 se obtuvo una rentabilidad económica de 8.30%, esta ha ido creciendo ejercicio tras ejercicio llegando hasta el último año evaluado en el cual se obtuvo una rentabilidad económica de 18.33 % , quedando en evidencia que el implementar y usar TIC's dentro de un modelo de negocio es muy

beneficioso para los resultados de la empresa.

Según Gálvez (2014) en su investigación aplicada a 1,201 Mipymes colombianas, a través de regresiones lineales, estos estudios muestran que el uso de las TIC's favorecen el rendimiento, aunque aún la aplicación de estas tecnologías es muy bajo lo cual podría ser una desventaja frente al mercado cambiante y evolucionante. Asimismo cabe resaltar que en la mencionada investigación los resultados de la población en estudio fueron relevantes ya que las Mipymes forman el 99.9% del flujo económico. Por otro lado, Mucha (2018) afirma que, según lo investigado a las pymes productoras de calzado, se ha visto que estas empresas no tienen mucho conocimiento del uso del comercio electrónico y por lo tanto eso les causa desconfianza, sin embargo, estos están dispuestos a expandirse por este medio ya que lo consideran importante para el crecimiento económico.

De los estudios observados se concuerda con Gálvez (2014) siendo la población en estudio diferente a la presentada en este trabajo de investigación ya que para el caso de la presente se realizó el estudio en una MYPE, sin embargo se coincide que el no uso de las TIC's podría desencadenar una serie de obstáculos para el crecimiento económico de la empresa, no permitiéndoles resaltar frente a su competencia y así el uso de las TIC's sea bajo, la aplicación paulatina de estas herramientas es favorable para el rendimiento de la organización. En la investigación de Mucha (2018) relativamente no se obtuvo coincidencia ya que en base a nuestro estudio se considera que cada estructura económica es diferente y tiene un mundo de posibilidades, encontrándose que las TIC's sí fueron bien aceptadas y vistas de manera positiva, causando confianza y que gracias a ellas se logran crecimientos económicos positivos que impactan en la rentabilidad.

VI. CONCLUSIONES

1. De acuerdo al objetivo general se concluye que las variables de estudio en este caso el uso de las TIC's tienen un efecto positivo sobre la rentabilidad de una MYPE de calzado trujillano, ya que según el análisis realizado a la MYPE en estudio; desde la implementación de estas, se ha ido dando mejoras en cuanto al aumento de ventas, ampliación de segmento de mercado y una mayor rentabilidad observándose que en el año 2016 se obtuvo 9% como índice Dupont siguiendo el año 2017 en el cual se obtuvo 21%, en el 2018 36% y en el 2019 53% evidenciando que la rentabilidad ha ido en aumento desde la implementación de las TIC's.
2. La MYPE de calzado trujillano ha ido implementando paulatinamente las TIC's como son Smartphone, teléfono fijo, computadora, internet, conexiones e infraestructura, correo corporativo, sistema de facturación, redes sociales para negocios, software para seguridad de sistemas, medio de pago electrónicos, WhatsApp negocios, dentro de su modelo de negocio, empezando desde el año 2016 que se contaba con un mínimo uso de las tecnologías hasta el año 2019 en el cual ha tomado mayor fuerza la implementación y uso de estas.
3. Al encontrarse la MYPE en estudio pasando por un proceso de estancamiento, los socios tomaron la decisión de implementar nuevas estrategias competitivas en el mercado para de esa manera obtener mayores ingresos; así pues el implementar TIC's en su modelo de negocio fue buena ya que desde la implementación de esta, la rentabilidad mejoró llegando a pasar desde un una rentabilidad económica de 8.30 % en el 2016 a llegar a un 18.33 % en el 2019; asimismo se obtuvo una rentabilidad financiera de 8.58% en el 2016 hasta 24.26 % en el 2019; de igual forma se obtuvo una rentabilidad por ventas en el 2016 por 8.01 % hasta llegar al 2019 con un 9.96 %.

VII. RECOMENDACIONES

Fomentar la inclusión de TIC's en los negocios por parte del estado, dando incentivos de tal forma que esto ayude al crecimiento continuo de las MYPES, de igual modo para el empresario, se indica dar prioridad en sus negocios a las nuevas tecnologías de información y comunicación, ya que el mercado es cambiante y va evolucionando, por ello no se puede seguir trabajando bajo el mismo método; la actualización de nuevas formas de trabajo va a permitir sobresalir en el mercado y poder enfrentar diversas situaciones que se pueden presentar, obteniendo mayores y mejores resultados frente a la competencia.

Realizar inversiones que puedan permitir desarrollar los procesos de manera óptima, planteándose nuevas estrategias para poder enfrentar cualquier situación imprevista que pueda presentarse, permitiéndoles de esa manera estar preparados.

Realizar futuras investigaciones abarcando una población de estudio amplia, ya que, al investigar un solo ente, los resultados podrían ser limitados, para ello se puede considerar diferentes sectores, asimismo utilizar otros métodos de análisis, de tal forma que se llegue a resultados más precisos.

REFERENCIAS

- Agencia Peruana de Noticias (4 de octubre, 2019). Comercio electrónico en Perú crece alrededor de 18% anual. <https://www.andina.pe/agencia/noticia-comercio-electronico-peru-crece-alrededor-18-anual-768653.aspx>
- Ahmed, E. M. (2017). ICT and human capital spillover effects in achieving sustainable East Asian knowledge-based economies [Efectos secundarios de las TIC y el capital humano para lograr economías sostenibles basadas en el conocimiento de Asia oriental]. *Journal of the Knowledge Economy*, 8(3), 1086-1112.
- Albornoz, N., (2014) Rentabilidad, riesgo y eficiencia de los mercados bursátiles estadounidense, español, mexicano y venezolano. Repositorio Universidad deCórdoba.<https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/13792/2016000001094.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Benitez, J., Chen, Y., Teo, T. S., & Ajamieh, A. (2018). Evolution of the impact of e-business technology on operational competence and firm profitability: A panel data investigation [Evolución del impacto de la tecnología de comercio electrónico en la competencia operativa y la rentabilidad de la empresa: una investigación de datos de panel]. *Information & Management*, 55(1), 120-130.
- Baldera, M. V. (2018). Sistema de costos por procesos y la rentabilidad en las empresas de fabricación de calzado, Puente Piedra 2018. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo de Perú). Repositorio institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/40588>
- Benites Gutiérrez, L. A., Escobar, C. R., Toledo, M. R., Pérez, A. M., Alayo, M. I., & Martínez, P. J. (2020). Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú). *Revista de Metodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*.
- Buenrostro Mercado, H. E. y Hernández Eguiarte, M. C. (2019). La incorporación de las TIC en las empresas. Factores de la brecha digital en las Mipymes de Aguascalientes. *Economía teoría y práctica*, 27. 101-124.

- Cano, J. A., & Baena Rojas, J. J. (2018). Appropriating ICT for International Business Negotiations Performance: A Case Study of the Pacific Alliance [Apropiación de las TIC para el desempeño de las negociaciones comerciales internacionales: un estudio de caso de la Alianza del Pacífico]. *Revista Lasallista de Investigación*, 15 (1), 102-112.
- Cholan, J. y Cano, E. (2016). Tecnologías de Información y Comunicación y su Incidencia en la Competitividad de las MYPEs de Calzado del Distrito El Porvenir. *Revista Ciencia y Tecnología*, 12(3), p. 255 -271.
- Chul, W. (2016) The Effect of E-Business on Firm's Growth and Profitability in the Distribution Industry [El efecto del comercio electrónico en el crecimiento y la rentabilidad de la empresa en la industria de la distribución]. 5-1 (2017) 123-130 <http://dx.doi.org/10.15722/jds.15.1.201701.123>
- Contreras, N., Díaz, E. (2015) Estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones *Revista Valor Contable* 1 (2015) 35-44 <file:/Users/usuario/Downloads/824-Texto%20del%20art%C3%ADulo-1067-1-10-20180524.pdf>
- Cortez, A., (2018) El impuesto a la renta y su influencia en la rentabilidad de las empresas del sector comercio del Perú: caso empresa carsa sac chimbote, 2015. Repositorio de universidad Uladech. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3870>
- Fernando Vinuesa, S. y Simbaña Gallardo, V. P. (2017). Tecnologías de información y comunicación (TIC) en la matriz productiva. *Revista Publicando*, 4(11). 410-421.
- González, Ibarra y Cervantes (2017). El impacto de las tecnologías de la información y comunicación en la industria manufacturera de Baja California. *Región y sociedad*, (69). pp.154-176. <http://dx.doi.org/10.22198/rys.2017.69.a292>
- Gómez, J. (2013). Dirección Financiera I (Finanzas). España: Edit. Club Universitario.
- Gálvez, E., Riascos, S. & Contreras, F. (2014) Influencia de las tecnologías de información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y

- medias empresas colombianas. *Estudios gerenciales* 30(2014) 355-364
<https://www.redalyc.org/pdf/212/21232399004.pdf>
- Gizaw, M., Kebede, M., & Selvaraj, S. (2015) El impacto del riesgo de crédito en el rendimiento de rentabilidad de bancos comerciales en Etiopía. 9 (2) 5966.https://academicjournals.org/article/article1422545301_Gizaw%20et%20al.pdf
- Galvez, E., (2014) Tecnologías de información y comunicación, e innovación en las MIPYMES de Colombia. 30(51) 71-79
<file:///C:/Users/usuario/Downloads/TESIS/mypymes%202014.pdf>
- Galo, E., Cano, P. (2018) Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Revista Científica dominio de las ciencias*. 4(1) 499-510.
<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.4.núm.1.enero.499-510>
- García, S., (2017) Herramientas informáticas en la gestión empresarial. Repositorio de Universidad de Rioja.
<file:///Users/usuario/TESIS/5%20%20TIC/%20TICDE%20COMUNICACION-%20TESIS%202017>.
- Giotopoulos, I., Kontolaimou, A., Korra, E., & Tsakanikas, A. (2017). What drives ICT adoption by SMEs? Evidence from a large-scale survey in Greece [¿Qué impulsa la adopción de las TIC por parte de las pymes? Evidencia de una encuesta a gran escala en Grecia]. *Journal of Business Research*, 81, 60-69.
- HALLIL, W., (2017) La communication digitale : Quel impact sur la notoriété et la rentabilitédel'entreprise [Comunicación digital: qué impacto en la reputación y la rentabilidad de la empresa]. http://dspace.univ-msila.dz:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/4113/Article_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Herciu, M., & Ogorean, C. (2017). Does Capital Structure Influence Company Profitability? [¿Influye la estructura de capital en la rentabilidad de la empresa?]. *Studies in Business and Economics*, 12(3), 50-62.
- Herrera, N., (2017) Influencia del marketing digital en la rentabilidad económica de MYPEs de lima norte en el segmento de fabricación y comercialización

- de muebles de madera (Tesis de licenciatura). Repositorio institucional USIL. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2875>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p
- Instituto Nacional de Estadística e Informática: Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación en los hogares. Informe técnico, 2019, Perú.
- Jaime Eslava, J. (2016). La rentabilidad: análisis de costes y resultados. ESIC Editorial.
- May Hernández, F. J., Pool Estrada, F. A. y Gopar Avila, J. S. (2018). Los alcances de la economía colaborativa y el uso de las TIC en la economía doméstica complementaria (EDOCO): caso mercado quintarroense. Revista Publicando, 6(7). 15-25.
- Mesároš, P., & Mandičák, T. (2017, October). Impact of ICT on performance of construction companies in Slovakia. In IOP Conf [Impacto de las TIC en el desempeño de las empresas de construcción en Eslovaquia. En Conf PIO]. Series: Materials Science and Engineering (Vol. 245, p. 072044).
- Ministerio de producción (2017). Estadísticas de las Pymes. <https://index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme/itemlist/category/24-estadisticas>.
- Mucha, M. (2018). El comercio electrónico y su relación con el nivel de ventas de las Pymes productoras de calzado, de la Provincia de Trujillo. *Ciencia para el desarrollo*, 21(2), p. 217-223. <http://dx.doi.org/10.17268/sciendo.2018.023>.
- Monge, R. Alfaro, C. & Alfaro, J. (2005). TICs en las PYMES de Centroamérica: impacto de la adopción de las tecnologías de la información y la comunicación en el desempeño de las empresas. Primera edición. Edit. Tecnológica de Costa Rica.
- Mora Torres, Y. T. (2017). Los sistemas de información contable y su relación con las herramientas tecnológicas (Bachelor's thesis, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano).

- Manchego, M. (2014) Gestión del outsourcing y su impacto en la rentabilidad: caso Sara Morello s.a.c. Repositorio Universidad Mayor de San Marcos. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/3956/Manchego_os.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nogueira Rivera, D., Medina León, A., Hernández Nariño, A., Comas Rodríguez, R. & Medina Nogueira, D. (2017). Análisis económico-financiero: talón de Aquiles de la organización. Caso de aplicación. Ingeniería Industrial, XXXVIII (1), 106-115.
- Oliveros, J., & Pinto, B. (2014) Variables cuantitativas y su incidencia en la rentabilidad del activo. Caso: PYMI's del Municipio San Cristóbal, Venezuela. Actualidad Contable 28 56-80.
- Rajapathirana, R. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance [Relación entre capacidad de innovación, tipo de innovación y desempeño de la empresa]. Journal of Innovation & Knowledge, 3(1), 44-55.
- Redwood, J., Thelning, S., Elmualim, A., & Pullen, S. (2017). The proliferation of ICT and digital technology systems and their influence on the dynamic capabilities of construction firms [La proliferación de las TIC y los sistemas de tecnología digital y su influencia en las capacidades dinámicas de las empresas constructoras.]. *Procedia engineering*, 180, 804-811.
- Ruiz, M., (2015) Herramientas tecnológicas como instrumentos para la gestión del conocimiento en las organizaciones cooperativas. 12(22), 7-15. <http://dx.doi.org/10.16925/es.v12i22.960>
- Setiowati, R., Daryanto, H. K., & Arifin, B. (2015). The effects of ICT adoption on marketing capabilities and business performance of Indonesian SMEs in the fashion industry [Los efectos de la adopción de las TIC en las capacidades de marketing y el desempeño comercial de las PYME indonesias en la industria de la moda]. Journal of Business and Retail Management Research, 10(1).
- Skorupinska, A., & Torrent-Sellens, J. (2017). ICT, innovation and productivity: Evidence based on eastern European manufacturing companies [TIC, innovación y productividad: evidencia basada en empresas manufactureras de Europa del Este]. *Journal of the Knowledge Economy*, 8(2), 768-788.

- Sotelo, J., (2017) El uso de las TICs y su relación con la Gestión del Conocimiento de los Directores de la UGEL N°08 – Cañete, 2017. Repositorio UCV.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14944/Sotelo_VJF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Suliman, A. A. (2017). The Effect of the Liquidity Management on Profitability in the Jordanian Commercial Banks [El efecto de la gestión de la liquidez en la rentabilidad de los bancos comerciales de Jordania]. *Revista Internacional de Negocios y Gestión*, 10(1), p. 1-10.
- Suarez, I., Rodríguez, N., Ríos, B., Cardona, J., Vaca, Y., Romero, E., Ávila, D., Gómez, G., Arias, L., Suarez, I., Caicedo, M., Mondragón, L., Sandoval, M. & Moreno, N. (2019). Tecnología de la información y comunicación TIC Como herramienta para la innovación en procesos de Pequeñas y Medianas Empresas PYMES. Única Edición / Nairo Yovany Rodríguez Cabrera, coordinador. https://alinin.org/wp-content/uploads/2020/04/TIC-PYMES_WEB-1.pdf
- Tarutė, A., Gatautis, R., (2014) ICT impact on SMEs performance [Impacto de las TIC en el desempeño de las pymes] 110 (2014) 12181225file:///C:/Users/usuario/Downloads/ICT_impact_on_SMEs_performance.pdf
- Taylor, P. (2015). The importance of information and communication technologies (ICTs): An integration of the extant literature on ICT adoption in small and medium enterprises [La importancia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC): una integración de la literatura existente sobre la adopción de las TIC en las pequeñas y medianas empresas]. *International journal of economics, commerce and management*, 3(5).
- Valdez, L., Pérez, D. & Maldona, G. (2017) TIC y la gestión del conocimiento como elementos determinantes del crecimiento de la PyME 70: 50-62. <https://www.redalyc.org/pdf/674/67451351007.pdf>

- Vilcherrez, C. C. (2016) Las tic como modelo rentable en la gestión de transacciones comerciales entre empresas y consumidores (Tesis de grado, Universidad Técnica de Machala). Repositorio institucional <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/7976>
- Valdez, J. (2017) La gestión del conocimiento y las tic, su efecto en la innovación y el rendimiento de las pymes. (Tesis de grado, En la Universidad Politécnica de Cartagena España) Repositorio institucional <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/7009/levj.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Uso de Las TIC'S	Refiere al uso de instrumentos tecnológicos tangibles e intangibles, que permiten mejorar y aumentar la productividad y competitividad, permitiendo la reducción de costos e incrementando la rentabilidad de las empresas. Éstas tienen un impacto positivo en las empresas que lo implementan (Valdez et al., 2017)	El uso de las tecnologías de información y comunicación, serán medidos a través de análisis documental y para complementar se hará uso de una entrevista, en donde se consideraron las dimensiones planteadas por (Sotelo, 2017).	Equipamiento e infraestructura de conexión.	Equipos tecnológicos	Ordinal
				Infraestructura de conexión	Ordinal
			Oportunidad de acceso y usos de internet.	Oportunidad de ventas	Razón
				Marketing digital	Ordinal
				Comercio electrónico	Ordinal
			Seguridad informática.	Seguridad informática.	Ordinal
La rentabilidad	La rentabilidad es definida como la capacidad de obtener ingresos a un valor superior del costo de inversión, esta a su vez es medida por la relación que existe entre la ganancia y las ventas (Sulieman, 2015)	La rentabilidad será medida a través de ratios financieros, análisis Dupont y evaluados mediante análisis documental según las dimensiones planteadas por (Manchego, 2014).	Rentabilidad económica	Beneficio neto	Razón
				Activo total	Razón
			Rentabilidad financiera	Beneficio neto	Razón
				Fondos propios	Razón
			Rentabilidad por ventas	Margen de utilidad neto	Razón
				Ventas	Razón

Anexo 2. Instrumentos de recolección de información

FICHA DE REGISTRO

Mediante el siguiente instrumento se busca medir la variable rentabilidad de una MYPE de calzado trujillano.

Periodo evaluado	Año 2019	Año 2018	Año 2017	Año 2016
Rentabilidad económica (ROA)				
Beneficio neto				
Activo total				
Rentabilidad financiera (ROE)				
Beneficio neto				
Fondos propios				
Rentabilidad por ventas				
Margen de utilidad neto				
Ventas				

FICHA DE REGISTRO

Mediante el siguiente instrumento se busca medir la variable rentabilidad de una MYPE de calzado trujillano.

Análisis Dupont					
Periodo evaluado		Año 2019	Año 2018	Año 2017	Año 2016
Dupont					

ENTREVISTA

GUÍA DE ENTREVISTA: TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

El presente estudio se realizará con fines estrictamente académicos, con el objetivo de medir la percepción que se tiene sobre el uso de las Tecnologías de información y comunicación dentro de la MYPE en estudio. Es preciso mencionar que la información recopilada será manipulada de forma confidencial y respetando la identidad de los participantes.

Preguntas

1. ¿Durante las actividades programadas se utiliza equipos tecnológicos (computadoras, teléfonos celulares, Tablet, entre otros) para mejorar procesos?
Indique

2. ¿La empresa cuenta con una sólida infraestructura de conexión para evitar retrasos en el desarrollo de las actividades económicas y cómo son estas?

1. ¿Cree usted que el marketing digital a través de las redes sociales, se vincula con los resultados de la utilidad? Fundamentar respuesta

2. ¿Considera que el marketing digital es importante para ampliar el negocio?

3. ¿Considera que gracias al comercio electrónico han mejorado las ventas?
Fundamentar respuesta

4. ¿Hace uso del correo electrónico, para comunicarse con sus proveedores y clientes y de qué manera esto ha mejorado en los procesos comerciales?

5. ¿considera que el comercio electrónico es imprescindible para las actividades _____ la _____ empresa?

6. ¿A implementado seguridad digital en su empresa y cómo es esta en cuanto a costos?

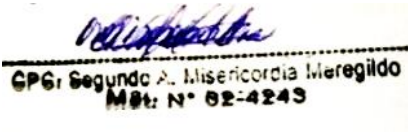
7. ¿De qué manera la seguridad digital ha ayudado a proteger la información económica y financiera de su empresa?

8. ¿Cree usted que gracias a la implementación de los nuevos mecanismos de pago estos han ayudado a realizar los procesos más rápidos y de manera más segura?


FICHA DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO:

Nombre del Instrumento	Guía de entrevista sobre Uso de las tecnologías de información y comunicación		
Objetivo del Instrumento	Conocer la opinión de responsables de la información económica, financiera y contable de la empresa sobre el efecto del uso de las tecnologías de información y comunicación.		
Aplicado a la población en estudio	A 5 responsables de la información económica, financiera y contable de la empresa en estudio.		
Nombres y Apellidos del Experto	ELMIS JONATAN GARCIA ZARE	DNI N°	43124406
Título Profesional	INGENIERO ESTADÍSTICO	Celular	933660280
Dirección Domiciliaria	JUAN DE ARBILLA, MZ F LTE 28 URB. VISTA HERMOSA, TRUJILLO		
Grado Académico	MAESTRO		
FIRMA	 ELMIS JONATAN GARCIA ZARE INGENIERO ESTADISTICO COESPE 478	Lugar y Fecha:	Trujillo, 26 de junio del 2020.

FICHA DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO:

Nombre del Instrumento	Análisis de rentabilidad de la mype de calzado trujillano		
Objetivo del Instrumento	Conocer el efecto del uso las TIC'S sobre la rentabilidad de la mype de calzado trujillano.		
Aplicado a la población en estudio	Estados financieros de la empresa en estudio.		
Nombres y Apellidos del Experto	Segundo Alberto Misericordia Meregildo	DNI N°	18132301
Título Profesional	Contador Público Colegiado	Celular	999675048
Dirección Domiciliaria	Urbanización San Luis Mz G lote 25 Víctor Larco Herrera		
Grado Académico	Maestro		
FIRMA	 CPG: Segundo A. Misericordia Meregildo Mdt: N° 82-4243	Lugar y Fecha:	Trujillo, 28 de junio del 2020.

FICHA DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO:

Nombre del Instrumento	Análisis de rentabilidad de la mype de calzado trujillano		
Objetivo del Instrumento	Conocer el efecto del uso las TIC'S sobre la rentabilidad de la mype de calzado trujillano.		
Aplicado a la población en estudio	Estados financieros de la empresa en estudio.		
Nombres y Apellidos del Experto	Oliva Lozano Elmer Walter	DNI N°	18126257
Título Profesional	Contador Público Colegiado	Celular	947858564
Dirección Domiciliaria	Av. Condorcanqui Nro 2125 La Esperanza Trujillo La Libertad		
Grado Académico	Maestro		
FIRMA	 Elmer Walter Oliva Lozano CONTADOR PUBLICO N° MAT 02-4069	Lugar y Fecha:	Trujillo, 28 de junio del 2020.

**ESTADO DE
SITUACION
FINANCIERA
(EXPRESADO EN
SOLES)**

	AÑO 2019	%	AÑO 2018	%	AÑO 2017	%	AÑO 2016	%	Análisis Horizontal 2019-2018
<u>ACTIVO</u>									
<u>Activo corriente</u>									
Efectivo y equivalentes de efectivo	20,711	5.08%	37,140	9.90%	10,970	5.89%	17,720	11.20%	-44.24%
Cuentas por cobrar comerciales terceros	70,646	17.31%	61,782	16.48%		0.00%		0.00%	14.35%
Productos terminados	56,920	13.95%	58,920	15.71%	45,635	24.52%	10,040	6.34%	-3.39%
Materias primas	75,920	18.61%	76,271	20.34%	41,036	22.05%	15,059	9.52%	-0.46%
Otros activos corrientes	0	0.00%	0.00	0.00%	2,126	1.14%	1,098	0.69%	
<hr/>									
<u>Total activo corriente</u>	224,198	54.95%	234,114	62.43%	99,767	24.45%	43,917	27.75%	-4.24%
<hr/>									
<u>Activo no corriente</u>									
Inmuebles, maquinaria y equipo	246,068	60.31%	188,057	50.15%	126,000	67.71%	140,000	88.47%	30.85%
Activo diferido	452	0.11%	10,264	2.74%		0.00%	0	0.00%	-95.60%
Depreciación, amortización y agotamientos acumulados	-62,683	-15.36%	-57,449	-15.32%	-39,667	21.31%	-25,667	16.22%	9.11%
<hr/>									
<u>Total activo no corriente</u>	183,837	45.05%	140,872	37.57%	86,333	21.16%	114,333	30.49%	30.50%
<hr/>									
<u>TOTAL ACTIVO</u>	408,034	100.00%	374,986	100.00%	186,100	45.61%	158,250	42.20%	8.81%

	AÑO 2019	%	AÑO 2018	%	AÑO 2017	%	AÑO 2016	%	Análisis Horizontal 2019-2018
<u>PASIVO Y PATRIMONIO</u>									
<u>Pasivo corriente</u>									
Tributos y aportac. Al sistema de pensiones y salud por pagar	21,166	5.19%	8,938	2.38%	3,296	0.81%	5,110	1.36%	136.81%
Cuentas por pagar comerciales terceros	39,678	9.72%	25,175	6.71%		0.00%		0.00%	57.61%
<u>Total pasivo corriente</u>	60,844	14.91%	34,113	9.10%	3,296	0.81%	5,110	1.36%	78.36%
<u>Pasivo no corriente</u>									
Obligaciones financieras	38,888	9.53%	107,364	28.63%		0.00%		0.00%	-63.78%
<u>Total pasivo no corriente</u>	38,888	9.53%	107,364	28.63%	0	0.00%	0	0.00%	-63.78%
<u>TOTAL PASIVO</u>	99,732	24.44%	141,477	37.73%	3,296	0.81%	5,110	1.36%	-29.51%
<u>PATRIMONIO</u>									
Capital	140,000	34.31%	140,000	37.33%	140,000	34.31%	140,000	37.33%	0.00%
Resultados acumulados	93,509	22.92%	42,804	11.41%	13,140	3.22%	0	0.00%	118.46%
Utilidad del ejercicio	74,793	18.33%	50,705	13.52%	29,664	7.27%	13,140	3.50%	47.51%
<u>TOTAL PATRIMONIO</u>	308,302	75.56%	233,509	62.27%	182,804	44.80%	153,140	40.84%	32.03%
<u>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</u>	408,034	100.00%	374,986	100.00%	186,100	45.61%	158,250	42.20%	8.81%

ESTADO DE RESULTADOS

	(Expresado en soles)								ANÁLISIS HORIZONTAL
	AÑO 2019		AÑO 2018		AÑO 2017		AÑO 2016		
Ventas netas	751,200	100.00%	523,577	100.00%	293,534	100.00%	163,959	100.00%	43.47%
Costo de ventas	-596,323	-79.38%	395,606	-75.56%	240,492	-81.93%	131,592	-80.26%	50.74%
UTILIDAD BRUTA	154,877	20.62%	127,971	24.44%	53,042	18.07%	32,367	19.74%	21.03%
(-) Gastos de Ventas	-20,510	-2.73%	-20,219	-3.86%	-10,080	-3.43%	-7,700	-4.70%	1.44%
(-) Gastos Administración	-35,892	-4.78%	-35,384	-6.76%	-10,002	-3.41%	-6,417	-3.91%	1.44%
UTILIDAD OPERATIVA	98,475	13.11%	72,367	13.82%	32,960	11.23%	18,250	11.13%	36.08%
(+) Ingresos financieros	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0.00%
(-) Cargas Financieras	-9,812	-1.31%	-16,029	-3.06%	0	0.00%	0	0.00%	-38.79%
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LAS GANANCIAS	88,663	11.80%	56,339	10.76%	32,960	11.23%	18,250	11.13%	57.38%
Impuesta a la Renta	13,871	1.85%	5,634	1.08%	3,296	1.12%	5,110	3.12%	146.20%
UTILIDAD NETA	74,793	9.96%	50,705	9.68%	29,664	10.11%	13,140	8.01%	47.51%

ENTREVISTA 01-GERENTE

GUÍA DE ENTREVISTA: TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

El presente estudio se realizará con fines estrictamente académicos, con el objetivo de medir la percepción que se tiene sobre el uso de las Tecnologías de información y comunicación dentro de la MYPE en estudio. Es preciso mencionar que la información recopilada será manipulada de forma confidencial y respetando la identidad de los participantes.

Preguntas

- 1. ¿Durante las actividades programadas se utiliza equipos tecnológicos (computadoras, teléfonos celulares, Tablet, entre otros) para mejorar procesos? Indique**

Si, se ejecutan las actividades utilizando todos los aparatos tecnológicos que nos puedan ayudar a avanzar con las actividades diarias, ahorrando tiempo y dinero.

- 2. ¿La empresa cuenta con una sólida infraestructura de conexión para evitar retrasos en el desarrollo de las actividades económicas y cómo son estas?**

Claro se invirtió en tener una adecuada conexión a internet para poder responder bien en los procesos de ventas.

- 3. ¿Cree usted que el marketing digital a través de las redes sociales, se vincula con los resultados de la utilidad? Fundamentar respuesta.**

Si, justamente se tomó la decisión de invertir en publicidad digital y ver que tal responde la empresa frente a esa inversión y hasta el momento puedo decir que la ha aceptado bien y justamente durante el estado de emergencia sanitario ha sido una muy buena estrategia ya que así evitamos contacto directo con la gente y a la misma vez nos mantenemos dentro del mercado digital que hoy en día está cobrando fuerza.

- 4. ¿Considera que el marketing digital es importante para ampliar el negocio?**

Así es, estoy muy de acuerdo que el marketing digital nos ha hecho ampliar

nuestra participación en el mercado ya que ahora llegamos con nuestros productos a varias provincias y regiones del país.

5. ¿Considera que gracias al comercio electrónico han mejorado las ventas? Fundamentar respuesta

Bueno considero que sí ha influido de alguna u otra manera ya que para comunicarnos con nuestros proveedores y clientes hacemos uso de esa herramienta y ha respondido bien frente a las negociaciones por internet.

6. ¿Hace uso del correo electrónico, para comunicarse con sus proveedores y clientes y de qué manera este ha mejorado los procesos comerciales

Sí, mayormente hacemos uso del correo electrónico para realizar cualquier formalidad frente a nuestros proveedores.

7. ¿considera que el comercio electrónico es imprescindible para las actividades la empresa?

Creo que se ha convertido en una herramienta muy importante que pensar en dejar de usarlo es algo casi inconcebible ya que lo usamos continuamente.

8. ¿Ah implementada seguridad digital en su empresa y cómo es esta en cuanto a costos?

Sí, hemos tomado la decisión de implementar un sistema de seguridad que nos permita mantener la información segura y disponible en cualquier momento, también hemos invertido en cámaras de seguridad que nos permitan monitorear todo lo que pasa dentro y fuera de la empresa.

9. ¿De qué manera la seguridad digital ha ayudado a proteger la información económica y financiera de su empresa?

Esta nos ha ayudado de tal manera que no tengamos riesgo de perder información de años anteriores, los cuales son importantes para cualquier consulta o información solicitada ya sea por Sunat, o por nuestros clientes.

10. ¿Cree usted que gracias a la implementación de los nuevos mecanismos de pago estos han ayudado a realizar los procesos más rápidos y de manera más segura?

Creo que la implementación de estas nuevas formas de pago nos ha ayudado a dar una mejor imagen a la empresa, presentando varias formas de pago y no solo la convencional la cual es el pago en efectivo que ya no muchas personas manejan, sino ahora realizan los pagos mayormente a través de una entidad bancaria.

ENTREVISTA 02- ADMINISTRADOR

GUÍA DE ENTREVISTA: TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

El presente estudio se realizará con fines estrictamente académicos, con el objetivo de medir la percepción que se tiene sobre el uso de las Tecnologías de información y comunicación dentro de la MYPE en estudio. Es preciso mencionar que la información recopilada será manipulada de forma confidencial y respetando la identidad de los participantes.

Preguntas

- 1. ¿Durante las actividades programadas se utiliza equipos tecnológicos (computadoras, teléfonos celulares, Tablet, entre otros) para mejorar procesos? Indique**

Sí, durante nuestras actividades comerciales utilizamos computadoras, teléfonos, celulares, internet, entre otros, los cuales nos permiten desarrollar las tareas de manera más rápida y en tiempo real, logrando cumplir así las labores programadas.

- 2. ¿La empresa cuenta con una sólida infraestructura de conexión para evitar retrasos en el desarrollo de las actividades económicas y cómo son estas?**

Si, hace un tiempo se reorganizó las conexiones e infraestructuras de tal manera que todo mantenga un orden y se pueda trabajar mejor evitando así algún retraso por fallas en la conexión.

- 3. ¿Cree usted que el marketing digital a través de las redes sociales, se vincula con los resultados de la utilidad? Fundamentar respuesta.**

Yo considero que el marketing digital sobretodo en nuestra empresa de calzado es muy importante ya que se vincula mucho a los resultados de la utilidad, porque se hace más conocida, pudiendo vender por internet, por ejemplo durante este tiempo de estado de emergencia sanitaria que hemos tenido que cerrar el local, las redes sociales nos han permitido seguir obteniendo ingresos; claro no con la misma magnitud que antes

pero de alguna u otra manera nos ha ayudado a seguir con las ventas, de ahora en adelante creo que la gente más va a optar más por comprar por este medio. Nuestra empresa ha podido llegar a más personas, por ejemplo, lo que no se vendía en tienda se vendía a diversas provincias como Piura, Chiclayo Chimbote, hasta hemos llegado a la selva y ha Cuzco.

4. ¿Considera que el marketing digital es importante para ampliar el negocio?

Sí, porque nos han permitido llegar a lugares que no pensamos llegar a corto plazo, además considero que en estos tiempos el tener participación dentro de un mercado virtual es muy importante para cualquier empresa ya que cada día los clientes se familiarizan más con las compras por internet y prueba de ello es la situación que estamos viviendo por estado de emergencia sanitaria, lo cual nos está permitiendo mantenernos presentes dentro de los mercados digitales.

5. ¿Considera que gracias al comercio electrónico han mejorado las ventas? Fundamentar respuesta

Han mejorado las ventas, pudiendo llegar a más personas de manera más rápida y con una mejor atención, esto ha permitido que personas que nos han comprado y han quedado satisfechos con la compra, recomienden a más personas para que puedan adquirir su producto en nuestra empresa.

6. ¿Hace uso del correo electrónico, para comunicarse con sus proveedores y clientes y de qué manera este ha mejorado los procesos comerciales?

El correo electrónico lo utilizamos regularmente para solicitar cotizaciones así como para enviarlas, creo que el uso del correo electrónico hace más formal el proceso de las ventas.

7. ¿considera que el comercio electrónico es imprescindible para las actividades la empresa?

Imprescindible, no lo considero pero si es un aliado muy importante para poder realizar los contratos en tiempo real y de una manera más práctica, el

uso del comercio electrónico es como un valor agregado pero no deja de ser muy importante porque en estos tiempos ha sido una herramienta muy importante para seguir con el proceso comercial.

8. ¿A implementado seguridad digital en su empresa y cómo es esta en cuanto a costos?

Se ha instalado un software que permite tener una copia de seguridad por si la información almacenada se dañara, esto más que todo se ha implementado como un respaldo a la información histórica y considero que no es muy costosa ya que se adquiere cada cierto tiempo, el cual es prolongado.

9. ¿De qué manera la seguridad digital ha ayudado a proteger la información económica y financiera de su empresa?

Nos ha ayudado a mantener la información histórica a salvo en el caso de la información financiera y contable la cual nos es importante tener cada vez que verificamos como ha ido avanzando la empresa y reformular nuevas formas de trabajo si fuera necesario.

10. ¿Cree usted que gracias a la implementación de los nuevos mecanismos de pago estos han ayudado a realizar los procesos más rápidos y de manera más segura?

Creo que se realizan los procesos más rápidos y con mayor seguridad para el cliente, además ahora la gran mayoría de clientes utilizan tarjetas ya sean de crédito o debido con lo cual, si no contamos con un medio electrónico para procesar el pago, sería una pérdida de oportunidad de venta.

Tabla 7

Ventas Netas anuales periodo 2016-2019 de la MYPE de calzado trujillano.

Ventas Netas Totales							
Año 2019		Año 2018		Año 2017		Año 2016	
Mes	S/	Mes	S/	Mes	S/	Mes	S/
Ene-19	14,920.00	Ene-18	12,980.00	Ene-17	9,889.00	Ene-16	7,120.00
Feb-19	82,580.00	Feb-18	25,180.00	Feb-17	23,560.00	Feb-16	15,321.00
Mar-19	104,980.00	Mar-18	85,640.00	Mar-17	59,460.00	Mar-16	20,699.00
Abr-19	52,300.00	Abr-18	16,680.00	Abr-17	15,499.00	Abr-16	9,230.00
May-19	68,000.00	May-18	28,920.00	May-17	18,920.00	May-16	18,560.00
Jun-19	85,660.00	Jun-18	46,980.00	Jun-17	29,202.00	Jun-16	12,770.00
Jul-19	103,500.00	Jul-18	82,850.00	Jul-17	39,094.00	Jul-16	19,599.00
Ago-19	24,380.00	Ago-18	19,790.00	Ago-17	10,310.00	Ago-16	9,140.00
Set-19	23,900.00	Set-18	17,720.00	Set-17	12,640.00	Set-16	7,500.00
Oct-19	19,120.00	Oct-18	19,081.00	Oct-17	12,360.00	Oct-16	9,820.00
Nov-19	73,560.00	Nov-18	35,310.00	Nov-17	17,400.00	Nov-16	8,900.00
Dic-19	98,300.00	Dic-18	132,446.00	Dic-17	45,200.00	Dic-16	25,300.00
TOTAL	751,200.00	TOTAL	523,577.00	TOTAL	293,534.00	TOTAL	163,959.00

Interpretación:

En la tabla 7 se muestran las ventas netas anuales de cada año de estudio, asimismo cabe recalcar que la empresa en estudio tiene como venta prioritaria la venta de calzado escolar y de vestir, pero no por ello deja de vender todo tipo de calzado según la temporada que se presente.

Tabla 8

Ventas netas a clientes regulares de la MYPE de calzado trujillano

Ventas Regulares Físicas							
VNA 2019		VNA 2018		VNA 2017		VNA 2016	
Mes	S/	Mes	S/	Mes	S/	Mes	S/
Ene-19	12,514.40	Ene-18	12,980.00	Ene-17	10,200.00	Ene-16	7,000.00
Feb-19	63,506.60	Feb-18	25,180.00	Feb-17	23,560.00	Feb-16	15,300.00
Mar-19	87,133.40	Mar-18	85,640.00	Mar-17	59,460.00	Mar-16	20,700.00
Abr-19	40,794.00	Abr-18	16,680.00	Abr-17	15,600.00	Abr-16	9,230.00
May-19	57,800.00	May-18	28,920.00	May-17	18,920.00	May-16	18,560.00
Jun-19	77,950.60	Jun-18	46,980.00	Jun-17	29,200.00	Jun-16	12,770.00
Jul-19	85,905.00	Jul-18	82,850.00	Jul-17	39,094.00	Jul-16	19,599.00
Ago-19	18,380.20	Ago-18	17,811.00	Ago-17	10,300.00	Ago-16	9,300.00
Set-19	18,286.00	Set-18	14,176.00	Set-17	12,600.00	Set-16	7,500.00
Oct-19	16,332.00	Oct-18	15,646.42	Oct-17	12,300.00	Oct-16	9,800.00
Nov-19	51,492.00	Nov-18	30,013.50	Nov-17	17,100.00	Nov-16	8,900.00
Dic-19	68,810.00	Dic-18	105,956.80	Dic-17	45,200.00	Dic-16	25,300.00
Total	598,904.20	Total	482,833.72	Total	293,534.00	Total	163,959.00

Nota: VNA= Ventas Netas Anual

Interpretación

En la tabla 8 se muestra las ventas netas mensuales de la MYPE de calzado trujillano de los periodos en estudio, esta refleja cuánto es que han sido las ventas regulares sin utilizar las tecnologías de información y comunicación hablando específicamente de la difusión de los productos por medio de información y comunicación como son marketing digital y comercio electrónico.

Tabla 9*Ventas virtuales mediante redes sociales de la MYPE de calzado trujillano*

Ventas virtuales			
Ventas netas anuales 2019		Ventas netas anuales 2018	
Mes	S/	Mes	S/
Ene-19	2,736.00	Ene-18	0.00
Feb-19	18,975.00	Feb-18	0.00
Mar-19	17,846.60	Mar-18	0.00
Abr-19	11,506.00	Abr-18	0.00
May-19	10,200.00	May-18	0.00
Jun-19	7,709.40	Jun-18	0.00
Jul-19	17,595.00	Jul-18	0.00
Ago-19	4,935.00	Ago-18	1,960.00
Set-19	6,370.00	Set-18	3,580.00
Oct-19	2,880.00	Oct-18	3,276.00
Nov-19	22,068.00	Nov-18	4,335.00
Dic-19	29,490.00	Dic-18	16,009.40
Total	152,311.00	Total	29,160.40

En la tabla 9 se puede apreciar que desde que se implementó en julio del 2018 las TIC's; hablando específicamente publicidad digital y ventas por internet se ha obtenido ventas adicionales por los respectivos montos presentados en la tabla.

Tabla 10*Venta neta obtenida mediante aparatos electrónicos.*

Ventas en tienda con medios de pago electrónicos			
VNA 2019		VNA 2018	
Mes	S/	Mes	S/
Ene-19	5,005.76	Ene-18	0.00
Feb-19	8,255.86	Feb-18	0.00
Mar-19	33,110.69	Mar-18	0.00
Abr-19	15,093.78	Abr-18	0.00
May-19	36,992.00	May-18	0.00
Jun-19	16,369.63	Jun-18	0.00
Jul-19	7,731.45	Jul-18	16,570.00
Ago-19	3,308.44	Ago-18	4,096.53
Set-19	2,377.18	Set-18	2,976.96
Oct-19	1,796.52	Oct-18	6,415.03
Nov-19	13,902.84	Nov-18	5,402.43
Dic-19	53,671.80	Dic-18	42,382.72
TOTAL	197,615.94	Total	77,843.67

Nota: VNA= Ventas Netas Anual**Interpretación**

En la tabla se muestra cuánto es que se ha vendido con medios de pago electrónicos implementados desde julio 2018, en este caso mediante la aceptación de pago con tarjeta de crédito o debito, ya que si no se hubiera implementado este sistema de pago se corría el riesgo de pérdida de oportunidad de ventas.

Tabla 11

Lugares a los que se ha llegado a vender durante el periodo 2016-2019.

Años	Cobertura de Ventas
2016	Trujillo
	Lima
2017	Trujillo
	Lima
2018	Trujillo
	Lima
	Chimbote
	Arequipa
	Piura
2019	Trujillo
	Lima
	Chimbote
	Arequipa
	Piura
	Cuzco
	Chiclayo

Interpretación

En la tabla 11 se muestra cómo es que la cobertura de las ventas ha aumentado; en el periodo 2016 y 2017 solo se vendía a público regular Trujillo y Lima, desde el año 2018, periodo en el que se implementó TIC's, en este caso ventas por internet, es lo que ha dado lugar al incremento de la cobertura territorial de las ventas permitiéndoles así expandir sus lugares de venta a más público objetivo.

Tabla 12

Resultado de promoción a través de publicidad pagada por redes sociales.

Publicidad pagada - Redes sociales			
Campañas	Importe de inversión	Vistas	Ventas
Campaña Navideña 2018	200.00	3,200	31,785.70
Temporada verano 2019	120.00	2,760	21,679.00
Campaña escolar 2019	120.00	1,200	17,846.60
Campaña otoño invierno	120.00	1,130	11,506.00
Día de la madre	120.00	2,900	10,200.00
Día del padre	120.00	1,682	7,709.40
Campaña 28 de julio	120.00	989	17,595.00
Campaña primavera 2019	120.00	3,101	14,201.80
Campaña Navideña 2019	200.00	2,720	51,558.00
Total	1,240.00	19,682	184,081.50

Según la información en la tabla 12, se muestra cada campaña planificada y cuánto es lo que ha sido la inversión en publicidad pagada únicamente en redes sociales y producto de ello se muestra a cuántas personas es que ha llegado la publicación y cuánto es lo que se ha obtenido en ventas por internet, producto de cada campaña.

Tabla 13*Rentabilidad de la MYPE de calzado trujillano, periodo 2016-2019.*

Ratios Financieros				
Periodos	2019	2018	2017	2016
Rentabilidad Económica	18.33%	13.52%	15.94%	8.30%
Beneficio bruto / Total de activo				
<p>Como se puede observar la rentabilidad económica ha crecido del 2016 para el 2017 con un porcentaje de 7.64 %, sin embargo para el 2018 disminuyó en un 2.42%, debido a que se seguía trabajando con un modelo de negocio convencional; en ese mismo año se optó por adquirir e implementar TIC's en la MYPE, resultado de ello en el 2019 se obtuvo una rentabilidad económica mayor de 18.33 %; 4.81 % más que el periodo anterior.</p>				
Rentabilidad Financiera	24.26%	21.71%	16.23%	8.58%
Beneficio Neto/ Fondos Propios				
<p>Según lo observado tenemos una rentabilidad financiera que va en aumento, es decir los socios tuvieron un rendimiento sobre su inversión de 8.58%,16.23%,21.71% y 24.26% respectivamente, esto nos está permitiendo ver cuánto es lo que se está obteniendo como resultado de haber invertido los fondos propios de los accionistas, con ello concluimos que en el periodo 2019 es en donde este ratio ha aumentado más ya que se utilizaron los recursos propios de una manera más eficiente.</p>				
Rentabilidad Por Ventas	9.96%	9.68%	10.11%	8.01%
Margen De Utilidad Neto / Ventas				
<p>Este ratio nos muestra cómo es que la rentabilidad por ventas ha ido en aumento permitiendo a la empresa obtener ganancias sobre las ventas realizadas, es así como en el periodo 2019 ha sido uno de los años con mejores resultados, todo ello gracias a la implementación y optimización de TIC's en el negocio, ya que estas han permitido realizar mejor las operaciones.</p>				

Interpretación:

En la tabla se puede observar cómo es que se ha comportado la segunda variable de estudio la cual es la rentabilidad; ésta se ha mostrado con una variación constante positiva, pero en donde se ve reflejada con mayor incidencia es en el año 2019.

Cálculo de Índice Dupont

